

ABSTRAK

Fokus dalam penelitian ini adalah penerimaan dan interpretasi khalayak di Surabaya terhadap gambaran-gambaran maskulinitas yang ada di iklan audio visual rokok U Mild dengan tema ‘#kodecowok’. Maskulinitas merupakan produk dari konstruksi sosial. Ideologi masyarakat patriarki sekarang ini telah mengurung laki-laki dan perempuan pada batas-batas identitas.

Penelitian penerimaan khalayak ini bertujuan untuk memahami interpretasi informan yang ditampilkan dalam iklan audio visual rokok U Mild. Subyek penelitian ini adalah khalayak yang mengonsumsi media untuk mendapatkan informasi. Penelitian menggunakan informan berdasarkan spesifikasi strata pendidikan, usia, jenis kelamin, dan pekerjaan.

Berdasarkan analisis penelitian, didapatkan hasil bahwa informan memiliki berbagai pemaknaan mengenai *maskulinitas* yang ditampilkan di Iklan audio visual rokok U Mild. Informan menginterpretasi bahwa maskulinitas merupakan konstruksi sosial dan budaya masyarakat patriarki yang cenderung menampilkan stereotip: kekuasaan, keras, rasionalitas, pekerja keras, dominan, dan sebagainya.

Kata kunci : Maskulinitas, Penerimaan, Khalayak, Iklan